

2021-2027年中国休闲服饰 市场评估与未来前景预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2021-2027年中国休闲服饰市场评估与未来前景预测报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202109/239752.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、说明、目录、图表目录

休闲服饰区别于正装与运动服饰，自成一体。休闲服饰的范围同样广泛，但基础的款式如T恤、休闲衬衣、牛仔裤、卫衣等历来经久不衰。具体款式的大类、色调与风格亦会随品牌的文化与方向而略有改变，并无明显的归类。

2019年上半年，休闲服饰行业公司中太平鸟和拉夏贝尔渠道均出现下滑拉夏贝尔因为渠道集中在百货，在进行渠道的转型调整，公司主动实施了战略性收缩策略，持续优化线下直营渠道，关闭低效、亏损零售网点以减少资源的无效投入，太平鸟直营终端增长比例较高，加盟终端数量有所下降，主要因为太平鸟公司在2019年上半年对经销商门店进行了主动调整，提升终端门店的质量，并且经销商开店主要集中在下半年，上半年一般处于净关店状态。太平鸟报表同店出现较大程度下滑，主要因为2019年一季度春节提前导致旺季销售时间缩短，且气候偏暖高客单价服装（羽绒服等）销售减少，因此2019年一季度可比同店下降幅度较大，2019年二季度以来，公司可比同店下降幅度已经在收窄。2015-2019年上半年中国休闲行业渠道统计（个） 中企顾问网发布的《2021-2027年中国休闲服饰市场评估与未来前景预测报告》共十四章。首先介绍了中国休闲服饰行业市场发展环境、休闲服饰整体运行态势等，接着分析了中国休闲服饰行业市场运行的现状，然后介绍了休闲服饰市场竞争格局。随后，报告对休闲服饰做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国休闲服饰行业发展趋势与投资预测。您若想对休闲服饰产业有个系统的了解或者想投资中国休闲服饰行业，本报告是您不可或缺的重要工具。 本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一章休闲服装相关概述

第一节休闲服装

一、休闲服装设计理念

二、休闲服装的兴起

三、休闲服装的分类

四、休闲服装的设计特点分析

第二节中国休闲服装行业相关概述

一、中国服装行业管理体制介绍

- 二、中国服装行业主要法规和政策
- 三、中国服装零售业相关法规介绍

第二章2015-2019年中国休闲服装行业发展的环境分析

第一节2015-2019年中国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP分析
- 二、消费价格指数分析
- 三、城乡居民收入分析
- 四、社会消费品零售总额
- 五、中国城乡居民衣着消费情况分析
- 六、进出口总额及增长率分析

第二节2015-2019年中国休闲服装行业发展的社会环境分析

- 一、中国城镇化及城镇人口的增长分析
- 二、休闲服装体现现代人生活方式的选择
- 三、中国休闲服装的文化发展路线分析

第三节2015-2019年中国休闲服装产业环境分析

- 一、中国服装行业运行状况分析
- 二、中国服装行业市场规模变化分析
- 三、2019年中国各类服装产量及出口情况统计
- 四、中国服装行业主流商业模式分析
- 五、中国服装产业发展特征及趋势分析
- 六、2019年中国服装市场发展趋势分析

第四节2015-2019年中国休闲服装行业发展的政策环境分析

- 一、《关于加快推进服装家纺自主品牌建设的指导意见》
- 二、工信部加强产品质量体系标准化建设
- 三、印染行业加强淘汰落后产能工作
- 四、网店实名制开始施行

第三章2015-2019年全球休闲服装所属行业产业运行形态分析

第一节2015-2019年全球服装行业发展现状分析

- 一、主要国家服装产量及出口概况
- 二、2019年欧美服装贸易保护手段特点分析

三、国际服装品牌高低端零售市场分析

四、贸易战下国际服装市场发展动态

第二节2015-2019年全球休闲服装市场的竞争特征分析

一、注重品牌建设与推广

二、重点发展营销网络建设

三、创造产品的流行概念

四、生产和物流外包成为主流

五、依靠供应链管理提高竞争力

第三节2015-2019年全球主要国家休闲服装所属行业动态分析

一、韩国休闲服装市场拓展分析

二、日本休闲品牌优衣库发展迅速

三、日本优衣库SPA经营模式分析

四、意大利休闲服装GANESH进入中国

第四章2015-2019年中国休闲服装业运行新形势透析

第一节中国休闲服装行业发展历程分析

一、中国休闲服装产业的发展阶段分析

二、中国休闲服装主要代表品牌分析

三、中国休闲服装产业发展特点分析

四、中国休闲服装第四代发展特征分析

第二节2015-2019年中国休闲服装行业发展态势分析2015-2019年上半年中国休闲行业报表同店数据持续提升（万元）

一、中国休闲服装行业竞争格局分析

二、中外休闲服装品牌竞争力分析

三、中国休闲服装发展影响要素分析

四、休闲服装行业“快时尚”模式分析

第三节2015-2019年中国休闲服产品特征分析

一、休闲装面料种类及特点分析

二、休闲服装产品的多样性分析

三、手工制造休闲服成市场热点

四、休闲服装的“平面化”分析

五、休闲服装的时尚化趋势分析

第四节2015-2019年中国休闲服装零售业发展现状分析

- 一、中国休闲服装的市场需求分析
- 二、休闲服装的消费群体特征分析
- 三、中国休闲服装零售业发展特征分析
- 四、中国休闲服装零售市场竞争特点分析
- 五、中国休闲服装零售渠道发展变化分析六、第三方物流的促进作用分析

第五章2015-2019年中国休闲服装市场深度剖析

第一节2015-2019年中国休闲服装市场分析

- 一、中国休闲服装市场规模概况
- 二、2019年重点大型百货商场牛仔服销售业绩情况
- 三、2019年重点大型百货商场T恤衫销售业绩情况
- 四、2019年重点大型百货商场夹克衫销售业绩情况

第二节2015-2019年中国男士休闲装市场分析

- 一、中国男装总体市场规模分析
- 二、中国商务休闲男装的市场需求分析
- 三、男士休闲服装品牌销量排行

第三节2015-2019年中国休闲女装市场分析

- 一、中国女装总体市场规模分析
- 二、探求中高档休闲女装中国市场运营情况
- 三、商务休闲女装市场销售形势
- 四、休闲女装市场畅销排名统计分析

第四节2015-2019年中国儿童休闲装市场分析

- 一、婴儿和儿童服装总体市场规模分析
- 二、我国儿童服装产业已进入转型时期
- 三、中国婴儿和儿童休闲服装市场规模容量
- 四、中国婴儿和儿童休闲服装经营与营利分析

第六章2019年中国网民休闲服装消费调研

第一节2019年中国购买服装网民基本特征

- 一、网民网络应用行为分析
- 二、不同性别获取服装信息渠道

三、各年龄段获取服装信息渠道

四、各收入段获取服装信息渠道

五、获取服装信息渠道地区差异

第二节2019年中国网民服装消费品牌偏好分析

一、男性服装品牌偏好

二、女性服装品牌偏好

第三节2019年中国不同地区网民购买服装特征分析

一、不同地区网民休闲服装偏好

二、不同地区网民关注因素

三、不同地区网民服装购买者

四、不同地区网民服装购买场所

五、不同地区网民服装消费

六、不同地区网民对服装广告的态度

七、不同地区网民网上信息渠道

第四节2019年中国不同收入购买服装网民特征分析

一、不同收入网民休闲服装偏好

二、不同收入网民关注因素

三、不同收入网民服装购买者

四、不同收入网民服装购买场所

五、不同收入网民服装消费

六、不同收入网民对服装广告的态度

七、不同收入网民网上信息渠道

第五节2019年中国各年龄段购买服装特征分析

一、不同年龄网民休闲服装偏好

二、不同年龄网民关注因素

三、不同年龄网民服装购买者

四、不同年龄网民服装购买场所

五、不同年龄网民服装消费

六、不同年龄网民对服装广告的态度

七、不同年龄网民网上信息渠道

第六节2019年中国不同性别服装网民特征分析

一、不同性别网民休闲服装偏好

- 二、不同性别网民关注因素
 - 三、不同性别网民服装购买者
 - 四、不同性别网民服装购买场所
 - 五、不同性别网民服装消费
 - 六、不同性别网民对服装广告的态度
 - 七、不同性别网民网上信息渠道
- 第七节2019年中国运动服饰网民消费调查

- 一、网民运动服饰搜索指数特点
- 二、休闲服饰产品关注度
- 三、运动服装品牌关注度
- 四、网民分布区域
- 五、运动服饰消费群体

第七章2015-2019年中国重点区域休闲服装市场运行透析

第一节2015-2019年中国休闲服装区域发展概况

- 一、中国主要休闲服装产业基地介绍
- 二、中国休闲服装产业区域转移分析
- 三、中国休闲服装的区域竞争协作分析

第二节2015-2019年江苏常熟休闲服装产业发展现状分析

- 一、江苏常熟休闲服装产业发展现状
- 二、江苏常熟休闲服装品牌特点分析
- 三、海虞镇休闲服装产业发展特色分析
- 四、古里镇针织服装产业规模分析
- 五、沙家浜镇休闲服装产业发展现状
- 六、碧溪镇羊毛衫产业集群发展现状
- 七、虞山镇纺织服装产业发展概况

第三节2015-2019年泉州休闲服装产业发展现状分析

- 一、泉州休闲服装产业升级分析
- 二、泉州时尚休闲男装产业特色分析
- 三、福建石狮休闲服装产业发展概况
- 四、石狮休闲裤产业进入标准化时代五、石狮建休闲裤产业集群公共服务平台
- 六、石狮时尚休闲服装产业兴起

第四节其他重点区域休闲服产业发展现状分析

- 一、沙溪休闲服装产业发展特色分析
- 二、2021-2027年沙溪休闲服装产业发展规划
- 三、温州休闲服装的“虚拟经营”分析
- 四、广东园洲镇休闲服装产业发展分析

第八章中国休闲服装重点企业经营分析

第一节宁波雅戈尔休闲服有限公司

- 一、公司基本概述
- 二、公司主要经营数据指标分析
- 三、公司竞争力分析
- 四、公司发展战略分析

第二节上海美特斯邦威服饰股份有限公司

- 一、公司基本概述
- 二、公司主要经营数据指标分析
- 三、公司竞争力分析
- 四、公司发展战略分析

第三节福建七匹狼实业股份有限公司

- 一、公司基本概述
- 二、公司主要经营数据指标分析
- 三、公司竞争力分析
- 四、公司发展战略分析

第四节宁波杉杉股份有限公司

- 一、公司基本概述
- 二、公司主要经营数据指标分析
- 三、公司竞争力分析
- 四、公司发展战略分析

第五节江苏兰顿苹果服饰有限公司

- 一、公司基本概述
- 二、公司主要经营数据指标分析
- 三、公司竞争力分析
- 四、公司发展战略分析

第六节泉州市佐家乐服饰有限公司

一、公司基本概述

二、公司主要经营数据指标分析

三、公司竞争力分析

四、公司发展战略分析

第九章2021-2027年中国休闲服装行业发展前景及投资分析)

第一节2021-2027年中国休闲服装行业发展前景预测

一、2021-2027年中国休闲服装总体市场规模预测

二、2021-2027年中国休闲男装市场规模预测

三、2021-2027年中国休闲女装市场规模预测

四、2021-2027年中国休闲童装市场规模预测

五、中国运动休闲服装市场发展潜力分析

第二节2021-2027年中国休闲服装行业投资风险分析

一、原材料风险

二、技术风险

三、竞争风险

第三节2021-2027年中国休闲服装行业投资建议

一、提高服装研发设计能力

二、服装品牌的个性定位)

三、电子商务品牌建设

四、细分服装消费群体

图表目录：

图表2015-2019年中国GDP总量及增长趋势图

图表2019年中国三产业增加值结构图

图表2015-2019年中国CPI、PPI月度走势图

图表2015-2019年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表2015-2019年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表2015-2019年中国城乡居民人均收入增长对比图

图表2015-2019年中国城乡居民恩格尔系数对比表

图表2015-2019年中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表2015-2019年中国工业增加值增长趋势图
图表2015-2019年我国社会固定资产投资额走势图
图表2015-2019年我国城乡固定资产投资额对比图
图表2015-2019年我国财政收入支出走势图
图表2015-2019年人民币兑美元汇率中间价
图表2019年人民币汇率中间价对照表
图表2015-2019年中国货币供应量统计表单位：亿元
图表2015-2019年中国货币供应量的增速走势图
图表2015-2019年中国外汇储备走势图
图表2015-2019年中国外汇储备及增速变化图
图表2015-2019年央行历次调整利率时间及幅度表
图表我国历年存款准备金率调整情况统计表
图表2015-2019年中国社会消费品零售总额增长趋势图
图表2015-2019年我国货物进出口总额走势图
图表2015-2019年中国货物进口总额和出口总额走势图
图表2015-2019年中国就业人数走势图
图表2015-2019年中国城镇就业人数走势图
图表2015-2019年我国人口出生率、死亡率及自然增长率走势图
图表2015-2019年我国总人口数量增长趋势图
图表2019年人口数量及其构成
图表2015-2019年中国城镇化率走势图
图表2015-2019年我国研究与试验发展（R&D）经费支出走势图
更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202109/239752.html>